

更多精彩  
本报报道

# 餐饮店推盲盒圈粉，这“风”要怎么跟

业内：餐饮营销应把年轻人面对“限量款”“隐藏款”时绝对要到手的心态运用到菜品中

“价格比单买划算，有时能买到一些季节限定菜品。”6月4日，在长沙市芙蓉中路一段工作的陈先生，在外卖平台上下单了一份28.6元的“双拼盲盒”拌饭。30分钟后，他收到一份红烧古鸭、秘制卤肉双拼的盖码饭，“味道还不错，没踩雷。”

现如今，“盲盒风”刮进了餐饮市场。三湘都市报记者走访发现，长沙本土品牌盛香亭、无敌手辣椒炒肉披萨、擂椒拌饭等均推出了盲盒。餐饮跨界做盲盒，是一个值得被挖掘的新市场吗？那些出现在美妆、小众藏品上“停不下来”“想集齐全套”的消费心理，在餐饮中能实现吗？

■记者 黄亚萍 实习生 张益滔 严德瀛

## 【走访】餐饮店纷纷推“盲盒”

“19元的盲盒中包含一款披萨和一份饮品，绝对超值。”6月4日，在芙蓉区国金街负二层一家披萨店的点餐处，店员正热情地向顾客推荐售价19元一套的“盲盒套餐”，“餐饮消费众口难调，若盲盒中开到了不喜欢的餐品，也无法退换哦。”

禁不住店员推销，三湘都市报记者购买了一份“盲盒套餐”。等待10分钟后，拿到一份辣椒炒肉披萨和一杯百事可乐。若按照点餐卡上的售价计

算，总价值是24元，“盲盒套餐”相当于打了8折。

在餐饮界推出盲盒的，不止这一家披萨店。最近，盛香亭也推出了盲盒商品，售价为每份5.5元的盲盒中，包含海带结、去骨鸭掌等5款新品。店员同样在推销时提到，由于盲盒中的产品均为随机派送且保证大于其实际价值，若顾客对开出的产品不满意无法退换。

## 【市场】“盲盒”形式多样促消费

原本与盲盒完全不搭边的品牌和热门IP，只需将其包装成盲盒销售，便能激发消费者的购买欲，甚至形成新一轮消费热点。盲盒热，引得入局者众。今年1月，芬达联名泡泡玛特发售“新年MOLLY”盲盒，礼盒中包含了不同口味芬达饮料及泡泡玛特玩偶；2020年7月，麦当劳在中国发售“喵喵薯夹”限定盲盒，吃薯条的工具被设计成可爱的猫

爪样式，尽管单个售价高达59元，依然不乏消费者购买。

目前，盲盒经济逐渐从潮流领域出圈，从表情包到零售品牌、餐饮品牌，走向大众消费领域。据三湘都市报记者不完全统计，2019年至今，已有旺仔牛奶、品客薯片、奈雪的茶、呷哺呷哺、百草味、瑞幸等品牌与代言人或热门IP联合，推出盲盒产品，进行品牌营销。



6月4日，记者花费19元购买盲盒套餐后，得到总价值24元的披萨和可乐套餐。  
记者 黄亚萍 摄

# “小虫子”撑起大产业

树苗能养虫，虫能产白蜡 “芷江白蜡”占据全国半壁江山

## 【行情】

蜡虫价格水涨船高

聪明的现代人将虫白蜡的作用开发到极致。因其含有丰富的高级烷醇，特别是二十八烷醇，成为军工、医药、机电、天然化妆品等制造业的重要原料。

近年来，白蜡虫种的价格随白蜡一起水涨船高，以前还只有数十元/斤，而今年江苏白蜡虫价格从最低的160元/斤，涨到268元/斤，而且也难满足芷江蜡农对白蜡虫种的需求。

过去两个多月的时间里，在芷江中药材健康产业链办公室的统一安排下，吴金文先后多次带领白蜡协会会员及蜡农辗转江苏、陕西、山东等地开展调研、采购白蜡虫种、指导白蜡虫种繁育工作。

## 【惊奇】

这种寄生昆虫能分泌白蜡

“芷江白蜡”是芷江著名的传统产品，已有700多年的生产历史，其产量约占全国白蜡产量的一半，在国际上有“中国蜡”之称。

明代万历年间的《沅州府志》记载了白蜡的制成方法：“处暑后剥取之，谓之蜡渣，其蜡渣烤化滤净或甄沥下器中，待冷凝成蜡块，而成蜡也。”

照此古法所制蜡为白蜡，与蜜蜡同时为古代蜡烛的原料，后者又称黄蜡。据芷江侗族自治县中药材健康产业链办公室技术人员吴金文介绍，芷江白蜡又称芷江虫白蜡，它是一种产于女贞树（当地又称白蜡树）上的寄生昆虫，也就是白蜡虫。

而白蜡的古今做法大同小异。吴金文告诉记者，每年8月，蜡农通过人工的方式，把蜡虫的分泌物采摘下来，经过倒入开水、加热熬制、挤压等传统工艺加工成胶状液体，在各种模具类盛装容器内，冷却凝固成型，呈白色或浅黄色蜡质固体，再去除下层渣滓和水分即成，为不透明或微透明原生态绿色产品。

## 对策

奖补本地  
培育白蜡虫

虫白蜡具有非常高的药用价值及经济价值，前景非常远大。

因此，当地整合资源、创新技术、培育白蜡虫种当作今后工作的重中之重。据悉，芷江白蜡已于去年被该县定为“中药材健康产业链”发展项目纳入“十四五”发展规划，并出台一系列帮扶措施。

比如，鼓励本地协会、企业、个人在该县培育“白蜡虫”，对境内培育出的“白蜡虫”，投入到当地生产，给予县财政补贴40元/公斤。

可喜的是，前不久，在技术人员的精心培育下，白蜡虫在低海拔地区芷江麻缨塘和新宁塘坊上繁育获得成功，产白蜡虫种468斤，这打破了历史上所说的“高山产虫，低山蜡”这一观点，同时也结束了“芷江产蜡不产虫”的历史。

为更好地发展“芷江白蜡”产业，解决蜡农“白蜡虫种”的需求，当地还出台虫种采购奖补政策，调动广大蜡农到外省市购买白蜡虫种积极性，以缓解当前白蜡虫种不足的问题，为虫白蜡产业化发展打好基础。吴金文推测，如果在虫种充足、科学管理的情况下，芷江每年可产虫白蜡312500公斤，按目前虫白蜡每公斤350元的市场价计算，年产值可达10937.5万元。

■记者 李成辉

## 观点

餐饮得让顾客“停不下来”

“买盲盒只有0次和无数次，入手一个，接下来就会有无数个盲盒在等你。”一位长期从事餐饮管理餐饮业资深人士表示，盲盒销售是依靠意外奖励和搜集来实现用户自发传播，盲盒中装的文具、饮品、联名玩偶等商品大多适合长期保存，“从餐饮上看，很少有人愿意点5份甚至10份外卖，再从中选一盒最合口味的吃掉。”

他认为，做餐饮看重的顾客回购率和客单价，这与盲盒的销售逻辑不尽相同，但菜品因自带非标准化、私人化特性，即便顾客在点单后商家能为其搭配心仪食材，但烹

饪手法等方面的区别，仍容易带来负面影响，“假设点餐的是一位上班族，如果点到一份不想吃的外卖，只会毫不犹豫地给一个差评并将品牌永久拉黑。”

因此，该业内人士认为，盲盒更适合餐饮商家消耗剩余食材或以特价菜形式吸引新顾客下单。在销售时，如何把年轻人面对“隐藏款”“限量款”时绝对要得手的心态灵活运用到菜品销售中，结合热点及时下消费文化让顾客产生“停不下来”的消费冲动，最终借助“盲盒式营销”激发顾客对品牌的非理性喜爱，值得餐饮商家思考。